



HAL
open science

Une démarche d'intelligence territoriale de proximité en Île-de-France ou la synergie entre situations de formation et insertion par l'activité économique

Christian Bourret, América Ferragne, Claudie Meyer, Christel Porte

► To cite this version:

Christian Bourret, América Ferragne, Claudie Meyer, Christel Porte. Une démarche d'intelligence territoriale de proximité en Île-de-France ou la synergie entre situations de formation et insertion par l'activité économique. 1ère Conférence Intercontinentale d'Intelligence Territoriale "Interdisciplinarité dans l'aménagement et développement des territoires", Oct 2011, Gatineau, Canada. pp.10. halshs-00965039

HAL Id: halshs-00965039

<https://shs.hal.science/halshs-00965039v1>

Submitted on 28 May 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNE DÉMARCHE D'INTELLIGENCE TERRITORIALE DE PROXIMITÉ EN ÎLE-DE-FRANCE OU LA SYNERGIE ENTRE SITUATIONS DE FORMATION ET INSERTION PAR L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Christian BOURRET

MCF en sciences de l'information et de la communication, HDR/IFIS (Institut Francilien d'Ingénierie des Services) - Université Paris-Est Marne-la-Vallée; Equipe de recherche DICEN EA 4420 CNAM – MLV – Paris X

América FERRAGNE

Docteur en Sociologie, Coordinatrice/ Groupe des Jeunes Créateurs du Val de Marne

Claudie MEYER

MCF en sciences de gestion/IFIS (Institut Francilien d'Ingénierie des Services), Université Paris-Est Marne-la-Vallée; Equipe de recherche DICEN EA 4420 CNAM – MLV – Paris X

Christel PORTE

Ingénieur d'études/IUT de l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée

Summary:

A territorial intelligence approach near Ile-de-France or synergy between training situations and integration through economic activity

The proposed communication aims to presenting the issues (implementation, performance, prospects) of cooperation that has developed around the establishment of a training DUCA (college degree for business creation) combining three partners: the University of Paris-Est Marne-la-Vallée (IUT component), the Local Mission Marne river banks (whose mission is to assist young people in the process of emergence to validate their ideas and draft presentation enabling them to present to the selection jury to integrate DUCA, providing some training modules, methodology, project management and communication) and the Boutique de Gestion ADIL94 Management Association (providing training in management for business creators). The aim is to train specifically pre-selected youth to lead to a degree course (pending a bac +1 by CNCP: National Commission for Vocational Certification) and assist them in creating their business with the support of local authorities and local businesses.

Cooperation between the IUT de Marne-la-Vallée, Local Mission Marne river banks and the Boutique de Gestion has been established in the course of 2006. To date, three promotions followed the DUCA, who helped train 73 youth and creating activities for 14 young people.

The partnership has resulted in the creation of a Group of Young Artists (GJC). There are others as well (thirteen in France to this day), grouped in a national association (ANGC) promoting the exchange of experiences.

The GJC we propose to present was a bold gamble with young people who do not recognize themselves in conventional insertion processes. They bring initiatives, but face challenges that conventional networks are not always able to integrate. This action enhances the potential that can be demonstrated in achieving a professional project, and acts as an accelerator of skills based on the induced effects (learning capacity and decision autonomy).

In post-training phase, the role of the Local Mission is focused on monitoring the participants of each promotion. At first, it is essentially to guide young people wishing to engage in the design phase to specialized operators in our territory (Nacre operators largely, the network France Active, France Initiative, Adie, the ITC, CMA ...) able to support the funding efforts, accommodation or monitoring post-creation.

We will also present the possibilities for the development of the partnership established (companies support, etc..) And distance education extended beyond the initial period.

Résumé:

La présente communication propose de faire état des enjeux (mise en place, bilan, perspectives) d'une coopération qui s'est développée autour de la mise en place d'une formation de DUCA (diplôme d'université de création d'activité) associant 3 partenaires : l'université Paris-Est Marne-la-Vallée (composante IUT), la Mission Locale des Bords de Marne (dont la mission d'accompagner les jeunes en phase d'émergence à la validation de leurs idées et la présentation des avant-projets leur permettant de se présenter au Jury de sélection pour intégrer le DUCA, en assurant quelques modules de la formation – méthodologie, gestion de projet et communication) et la Boutique de Gestion ADIL94 (association assurant des formations en gestion notamment pour les créateurs d'entreprises). Il s'agit de former de manière spécifique des jeunes préalablement sélectionnés pour les conduire à une formation diplômante (en cours d'homologation à un niveau bac +1 par le CNCP : Commission Nationale de la Certification Professionnelle) et les accompagner dans la création de leur activité économique avec le soutien des collectivités territoriales et d'entreprises locales.

La coopération entre l'IUT de Marne-la-Vallée, la Mission Locale des Bords de Marne et la Boutique de Gestion a été mise en place dans le courant de l'année 2006. A ce jour, 3 promotions ont suivi le DUCA, ayant permis la formation de 73 jeunes et la création d'activités par 14 jeunes.

Le partenariat s'est concrétisé par la création d'un Groupement de Jeunes Créateurs (GJC). Il en existe d'autres (treize en France à ce jour), regroupés dans une association nationale (ANGC) favorisant les échanges d'expériences.

Le GJC que nous proposons de présenter a constitué un pari audacieux auprès de jeunes qui ne se reconnaissent pas dans les dispositifs d'insertion classiques. Ils sont porteurs d'initiatives, mais confrontés à des difficultés que les réseaux classiques n'arrivent pas toujours à intégrer. Cette action valorise les potentialités qui peuvent se révéler dans la réalisation d'un projet professionnel, et agit en tant qu'accélérateur de compétences en s'appuyant sur les effets induits (la capacité d'apprentissage et la prise d'autonomie).

En phase post-formation, le rôle de la Mission Locale est axé sur le suivi des jeunes de chaque promotion. Dans un premier temps, celui-ci consiste essentiellement à orienter les jeunes désirant se lancer dans la phase de création vers les opérateurs spécialisés présents sur notre territoire (opérateurs Nacre en grande partie, le réseau France Active, France Initiative, l'Adie, la CCI, la CMA...) capables de les appuyer au niveau de la recherche de financement, l'hébergement ou le suivi post-crédation.

Nous présenterons également des pistes de développement du partenariat mis en place (entreprises en soutien, etc.) et les possibilités d'enseignement à distance prolongée au-delà de la période initiale.

INTRODUCTION

Les territoires déshérités d'un point de vue économique sont aussi ceux où le niveau de formation des habitants et, en particulier de nombreux jeunes, est souvent très faible. Le défi du développement durable de ces territoires est donc en priorité un défi de formation de leurs habitants.

Replacé dans une approche globale de développement durable des territoires, le défi repose sur des objectifs de natures différentes et imbriqués. Ainsi outre des objectifs économiques et financiers, les territoires se construisent durablement sur la poursuite d'objectifs sociaux et environnementaux mais aussi culturels (Girardot, 2009). Dès lors, se pose la question pour un territoire de savoir comment il va pouvoir décliner l'ensemble de ces objectifs et quels processus il doit inventer pour les atteindre ? C'est un des objectifs majeurs de l'intelligence territoriale de répondre à ces questions, notamment en considérant les processus de co-construction des territoires.

En choisissant d'analyser un processus de formation dans un territoire donné, nous proposons d'identifier tout d'abord les liens étroits entre Intelligence Territoriale et dynamique de formation dans une perspective relevant notamment des sciences de l'information et de la communication. Nous présenterons ensuite une expérience qui repose sur un partenariat entre l'IUT de Marne-la-Vallée et la Mission locale des bords de Marne en synergie avec d'autres partenaires (DUCA : diplôme universitaire de création d'activité). Nous proposerons enfin des perspectives d'élargissement de ce partenariat en particulier aux entreprises locales par la création d'interface et de réseaux.

ENJEUX DE FORMATION ET INTELLIGENCE SOCIETALE ET TERRITORIALE

En analysant les spécificités de l'intelligence économique à la française, Philippe Clerc (in Duval, 2008) a insisté sur l'importance de sa dimension sociale ou sociétale. Cette approche a également été valorisée par le groupe de travail dirigé par le député Bernard Carayon (2003) qui a insisté sur l'articulation au sein de l'intelligence économique de la **compétitivité des entreprises** et de la **cohésion sociale** : la compétitivité des entreprises pour aider à la cohésion sociale.

La crise du « lien social » constitue un des défis majeurs de notre société post-industrielle. Elle a été analysée par de nombreux auteurs, notamment par Serge Paugam qui a analysé entre autres les nouveaux visages de l'exclusion. Cette question du « lien social » a également été formulée par Edgar

Morin ou par Renaud Sainsaulieu comme le défi de la « reliance ».

Comme l'a montré Gérard Lefebvre (2005), la lutte contre l'exclusion implique une **reconstruction identitaire** de la personne en difficulté, correspondant à un accès à une activité et à un logement, ce qui contribue à changer le regard des autres et à la reconstruction de l'indispensable estime de soi à travers une dynamique de projet. C'est particulièrement vrai pour les jeunes en rupture avec le système scolaire traditionnel.

Nous avons abordé (Bourret, 2008) le **territoire comme synergie de projets locaux** et de dynamiques d'acteurs, en insistant sur les convergences entre Intelligence Territoriale et Intelligence Economique, en particulier au sein de l'interdiscipline des sciences de l'information et de la communication (Bourret, HDR, 2010). Selon nous, l'Intelligence Economique, relevant davantage d'une démarche d'aide à la décision, s'appuie prioritairement sur les sciences de l'information (qualité des données et diffusion aux bons acteurs) et les sciences de Gestion (définition du problème, modélisation, choix, mise en œuvre) alors que l'Intelligence Territoriale correspond davantage à une problématique du lien et de la relation, ce qui la positionne davantage en affinité avec les sciences de la communication, insistant sur le « **primat de la relation** » (D. Bougnoux).

Dans les dynamiques territoriales, **les processus de formation** sont importants car ils créent du lien sur un territoire, donnent du sens, construisent des savoirs et constituent une action. Nous retrouvons ainsi dans l'approche proposée par Françoise Bernard (2006), articulant les problématiques du **lien**, du **sens**, du **savoir** et de l'**action** comme autant de dimensions essentielles pour marquer l'importance des processus de formation dans les dynamiques territoriales.

Cette approche implique un positionnement particulier du chercheur que Françoise Bernard a ensuite précisé dans l'idée « **communication engageante** ». Il s'agit de considérer que c'est la situation qui engage les sujets et non pas les sujets qui s'engagent en fonction de leurs spécificités psychologiques ou socioculturelles (Courbet, 2010). La situation dans laquelle évolue l'acteur et son étude devient alors primordiale pour comprendre les phénomènes. Elle est un espace de travail pour l'ensemble des acteurs en présence, ouvrant ainsi au chercheur académique la possibilité d'agir pour impulser, en tant que facilitateur, ou bien l'évaluateur une dynamique dans laquelle « tous les acteurs en situation et en temps réel seraient porteurs de la recherche-action: ils poseraient le

cadre et la problématique de travail, les outils d'expérimentation et de vérification"¹.

LA SYNERGIE FORMATION / SAVOIRS POUR LE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET LE CADRE D'ANALYSE MOBILISE

En toile de fond de l'expérience DUCA et de l'expérience qui sera relatée dans la partie suivante sur la création du diplôme d'université de création d'activité ont été mobilisés plusieurs réflexions dont celles de Jean-Marie Petitclerc sur la motivation, d'Hervé Azoulay sur les talents et de Mucchielli sur le cadre d'analyse de la situation de formation

- Jean-Marie Petitclerc (1998) a distingué trois facteurs d'exclusion : le chômage, la crise du lien social et la crise du sens. Pour tenter d'y répondre, il insiste sur la formation, avec en premier lieu, la question de l'échec scolaire qu'il attribue avant tout à un manque de concentration et à une différence de langage et de modalités d'expression entre le jeune (et son milieu familial) et l'univers scolaire. Il privilégie la **motivation**. Dans le recrutement des étudiants pour les différentes promotions du DUCA, nous avons attaché une importance particulière à la motivation des candidats.
- Dans le prolongement des perspectives tracées par Philippe Clerc (2008) sur l'importance de la dimension sociétale de l'Intelligence Economique, Hervé Azoulay (2008) a proposé d'appliquer l'intelligence sociale au cas des banlieues en difficulté.

Les émeutes de novembre 2005 ont clairement montré les limites de la politique de la ville. Il s'agit d'**utiliser les réseaux** pour sortir les banlieues de leur crise actuelle. Pour lui, **le chômage** des jeunes est le facteur majeur : on se révolte non pas parce que l'on est pauvre mais parce que l'on n'a pas de travail, qu'on n'a plus d'espoir et qu'on se sent étranger au monde où l'on veut vivre. On a beaucoup parlé de « fracture sociale ». Elle s'est encore aggravée ces dernières années. Le risque d'explosion sociale est très présent. Les banlieues anglaises qui ont explosé pendant l'été 2011 constituent un exemple probant.

L'emploi est un élément fondamental du contrat social. Pour ceux dont la seule richesse est le travail, sa perte signifie l'exclusion. Pour H. Azoulay, « il y a de l'emploi dans les banlieues, mais autrement ». Après avoir critiqué la politique

des aides et des subventions qui a montré ses limites, il propose de développer des projets économiquement viables en s'appuyant sur les nombreux **talents** (mal ou pas valorisés) des habitants des banlieues et, en particulier, des jeunes. Il s'agit de faire émerger ces talents.

- Afin d'analyser en profondeur la synergie formation et développement territorial et d'accéder au sens global, nous pouvons mobiliser le cadre d'analyse issu de la sémiotique situationnelle et plus particulièrement la méthode d'analyse d'Alex Mucchielli. En partant du concept de **situation de formation** qui désigne le contexte particulier pour un individu pour lequel se déroule une formation sur un territoire donné, nous considérons que les situations de formation sont surtout des situations de communication avec toute l'importance des **interactions** entre leurs acteurs. Il faut noter que la notion de situation est devenue importante pour les sciences de l'information et de la communication comme l'illustrent les travaux de Brigitte Guyot (2006) qui s'est plus particulièrement intéressée aux situations d'information, alors qu'Alex Mucchielli (2010) a davantage exploré les situations de communication. Plus précisément, dans la sémiotique situationnelle (2010), Alex Mucchielli propose de décomposer une situation pour un acteur en différents cadres ou contextes permettant de comprendre son action en mettant en évidence ce qui fait sens pour eux : définition des différents acteurs et de leurs positionnements, leurs enjeux, les normes conditionnant la situation, la qualité des relations, le contexte spatio-temporel, etc.

Ce sont ces différents cadres ou contextes que nous allons plus particulièrement essayer de mettre en évidence pour analyser l'expérience du diplôme d'université création d'activité (DUCA) proposé par l'IUT de Marne-la-Vallée.

UNE EXPERIENCE DE SITUATION DE FORMATION DANS UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE : LE DUCA (DIPLOME UNIVERSITAIRE DE CREATION D'ACTIVITE)

Le Diplôme d'Université de Création d'Activité (DUCA) proposé par l'IUT de Marne-la-Vallée associe depuis 2006 trois partenaires principaux : l'Université de Marne la Vallée (à travers sa composante l'IUT) qui délivre le diplôme et assure la coordination de la phase de formation du dispositif et des multiples modules, la Mission

¹ BAZIN H, "Questions fréquentes sur la recherche-action" in recherche-action.fr.

locale des Bords de Marne (qui coordonne les divers volets composant le Groupement de Jeunes Créateurs du Val de Marne pendant les phases de sensibilisation, émergence, qui intervient étroitement pendant la formation et assure le suivi en phase post-formation) et la Boutique de Gestion ADIL 94, garante de la technicité en matière de création d'activité (assurant des formations en simulation de gestion, gestion du temps, étude de marché, techniques de vente, gestion du projet financier et d'études de cas dans ses aspects juridique, social et fiscal, ainsi qu'un suivi individuel pour le montage du projet de création d'activité). Ce partenariat correspond à un projet plus global de groupement des jeunes créateurs (GJC²). Depuis sa mise en place en 2006, il a sensibilisé 300 jeunes à la création d'activité et en a formé 73 autres.

Tableau Erreur ! Il n'y a pas de texte répondant à ce style dans ce document.-1: **Programme Groupement des jeunes créateurs**

	2006-2007	2008	2010
Jeunes reçus et sensibilisés	47	110	143
Jeunes inscrits au DUCA	21	24	28
Nombre de diplômés	11	13	13
Nombre de créations	4	6	5

L'objectif principal de la démarche a été de former de manière spécifique des jeunes désireux de créer leur activité – entreprise ou association – et suffisamment déterminés pour s'impliquer dans les diverses étapes du parcours des Groupements de Créateurs (GJC) afin de passer ensuite à la création d'activité proprement dite.

Dans une perspective d'intelligence territoriale de proximité et donc de processus de co-construction du territoire, nous proposons de privilégier trois axes d'analyse pour décrypter les situations de formation : le GJC en tant que structure, l'émergence et le développement du projet de

changement et l'interaction du jeune en formation et son contexte.

La mise en œuvre du GJC comme projet visant le changement du rôle des jeunes dans le développement du territoire

Convaincus que nombre des jeunes sont porteurs d'idées, et conscients que les jeunes formés ont besoin d'un accompagnement pour les matérialiser à travers la valorisation des talents, la confiance en soi et l'approfondissement de ses compétences et ses connaissances, les instances directives de la Mission Locale Intercommunale des Bords de Marne ont promu en 2006 l'intégration de ce dispositif dans leur offre de services : l'idée phare étant la transformation des **jeunes porteurs d'idées en jeunes porteurs de projets**. Avant de mettre en place le projet, nous avons au préalable consulté quelques jeunes³ ayant manifesté leur intérêt pour la création d'une activité et leur discours faisait apparaître des valeurs telles que : l'indépendance, la capacité de se gérer soi-même, la possibilité de s'associer, de diversifier son activité, d'élargir son champ de communication (réseaux sociaux), la liberté de s'ouvrir aux autres et à l'international, etc.

Les activités envisagées relevaient essentiellement du secteur tertiaire: services et commerce (agent de sécurité, production et commercialisation de DVD, restauration, taxis, recyclage de meubles pour la vente de mobilier d'occasion, etc.). Ou encore: « Je veux faire quelque chose, mais je ne sais pas encore quoi ».

J.-P. Boutinet a attiré notre attention sur quelques dérives de la notion de projet qui semblent devenues incontournable dans notre société post-industrielle, en particulier en France. Face à l'ampleur et la persistance du chômage des jeunes, l'encouragement du développement des conduites à projet pour la création d'entreprise, visant l'essor d'une attitude entrepreneuriale parmi eux, pourrait être considéré comme un dérivatif, un palliatif et pas une véritable alternative de développement. Le risque serait de ne pas savoir préparer le jeune pour gérer ce type de contradictions, assumer le défi et les risques inhérents à l'entrepreneuriat, laissant la place à la désillusion du jeune face à un éventuel nouvel « échec » dans son parcours.

Des dispositifs tels que le GJC a mis en place, incluant un accompagnement spécialisé du point de vue technique pour la création d'activité, un accompagnement social, une formation qui viendra enrichir leur bagage tout au long de leur vie,

² A ce jour on compte 13 Groupements de Créateurs : Paris, Sénart, Seine-et-Loing, Pantin – Les Lilas – Le Pré Saint-Gervais, Val de Marne, Marne-la-Vallée/Val Maubuée, Val d'Orge pour l'Île-de-France ; pour le reste de la France : Orne, Nîmes, Redon, Tarbes, Vaulx-en-Velin, Guadeloupe, La Réunion Sud. Un 14^{ème} Groupement de Créateurs est né en 2009 au Québec, porté par un Carrefour Jeunesse Emploi de Montréal (équivalent d'une Mission Locale).

³ Entretiens réalisés en mars-avril 2006, lors de la préparation de la mise en place de notre Groupement.

facilitant leur future adaptation aux changements conjoncturels, voire structurels de notre société, et le suivi qui peut leur être proposé à la suite de la formation, constitue un rempart face aux effets nuisibles des risques de désillusion évoqués ci-dessus.

La conduite à projet du jeune en tant que projet existentiel, mais prioritairement conduite de changement

Considérons à présent la conduite à projet du jeune, en tant qu'effort déployé dans le but de déterminer pour lui-même des perspectives d'action au regard des opportunités en présence, voire de ses valeurs de référence, mais surtout en tant que conduite de changement. Comme le consacre la devise choisie par les jeunes du Groupement de Créateurs de Sénart (aujourd'hui intégré dans le logo de l'Association Nationale de Groupements de Créateurs) le but est de « *Se construire et entreprendre pour réussir* »⁴. En fait, dans nombre de cas, il s'agit de « se *reconstruire* et d'entreprendre pour réussir ».

La teneur de leurs histoires de vie en témoigne; une grande partie de notre public appartient aux secteurs de la jeunesse dépourvus des capitaux nécessaires pour réussir: le capital symbolique (une bonne image de soi), l'économique (les moyens financiers), le social (des relations) et enfin le culturel (la formation nécessaire). Voilà en quoi réside en grande partie l'audace du pari relevé par les Groupements de Jeunes Créateurs: la phase d'émergence amorce le travail de connaissance de soi et l'identification de leur possibilité de changement de l'existant. La phase de formation apporte une partie du capital culturel qui manque à ces jeunes pour leur offrir une véritable opportunité de réussir. Enfin, l'accompagnement post-formation avec la mise en relation avec l'ensemble des opérateurs de la création de notre territoire et le réseau de parrainage qui peut être mis à leur disposition, contribue à renforcer le capital social dont ils sont en grande majorité dépourvus. Reste encore l'aspect économique, les moyens financiers nécessaires qui, en présence d'un projet viable, pourront leur être attribués par le secteur financier et les dispositifs de droit commun mis à disposition par l'État, lorsqu'ils auront réussi à constituer leur apport personnel. Celui-ci est le dernier levier qui assurera leur crédibilité vis-à-vis du système financier et ouvrira les portes de leur indépendance économique au sein de notre société.

Ce dernier défi, la nouvelle attitude du jeune, est réalisé grâce à une confiance grandissante en lui-même, qui lui offre une capacité accrue pour lancer son projet personnel. Ceci s'avère d'autant plus vrai dans la mesure où sa motivation de créer sa propre activité constitue un véritable projet de vie et non simplement un projet d'insertion « par dépit »

découlant de la difficulté d'intégrer le marché du travail. Cette confiance et la force mobilisatrice d'un rêve devenu projet, lui octroient la lucidité et l'énergie nécessaires pour persévérer en vue d'atteindre ses objectifs.

La dynamique de création d'activité pour faciliter l'intégration

Une forte proportion de jeunes de notre Groupement est née en France mais leur identité comme leur parcours et leur vision de leur propre histoire sont largement imprégnés du pays d'origine de leur famille. Sur le plan symbolique, créer son entreprise peut aussi signifier contribuer à la création de richesse dans ce pays, et, en parallèle, justifier de leur rôle dans la société française. Fréquemment, la création d'activité constitue aussi une façon d'ouvrir des perspectives d'insertion pour les membres de leur environnement familial, souvent victimes du chômage et de la précarité. C'est une façon de créer sa propre place, afin que personne ne puisse leur reprocher de prendre celle d'un autre, ou encore de recréer leur ambiance culturelle d'origine – création d'un espace antillais à Paris – , une façon de s'exprimer et de faire connaître aux autres – aux habitants de la France métropolitaine – leurs richesses culturelles: soit sur le plan musical, culinaire ou encore quelques éléments de leur style vestimentaire: tentatives de valorisation de leur identité ethnique, de leur différence.

Ces considérations de terrain sont cohérentes avec des observations obtenues au niveau national. En effet, l'enquête concernant les créateurs d'entreprise d'origine immigrée réalisée en 1988 par l'IRFED en liaison avec le CRID⁴ sous la direction de Ruth Padrun⁵ confirmait déjà un constat aisément vérifiable: la population d'origine immigrée contribue depuis longtemps à la création d'entreprises en France. Le phénomène est loin d'être nouveau, notamment dans le secteur commercial ou l'artisanat.

L'évolution des dispositifs juridiques et la mise en place des diverses structures d'appui à la création ont aussi favorisé ce mouvement. Nombre d'étrangers, ou de personnes d'origine étrangère, aspirant à une promotion sociale et économique sont motivés par la création de leur entreprise.

⁴ Respectivement Institut de recherche et formation Education et Développement et Centre de recherche et d'information sur le développement.

⁵ PADRUN, Ruth (sous la direction de), Vivre et entreprendre en France. Les créateurs d'entreprises d'origine immigrée. Situations et attentes, IRFED CRID, Paris, juin 1990.

On peut aussi citer le sondage effectué par l'IFOP en mars 2006 pour le compte de l'ADIE et du CIF qui montre que 50% des « jeunes des quartiers » – souvent issus de l'immigration – souhaitent créer une entreprise⁶. L'envie de se mettre à son compte apparaît comme étant la seule alternative de promotion sociale à leur portée, d'où sa force parmi ces jeunes.

Les jeunes que nous avons suivis sont aussi nombreux à vouloir monter des projets en lien avec leur pays ou bien leur territoire d'origine: la création d'une structure de formation pour les jeunes au Congo Kinshasa, une pâtisserie française au Congo Brazzaville, une structure d'accueil touristique en Guadeloupe, un supermarché spécialisé dans l'alimentation africaine, un restaurant de spécialités des Caraïbes, une ferme-cueillette valorisant les cultures traditionnelles de la Guadeloupe pour diminuer la dépendance vis-à-vis des produits importés de la métropole, etc.

Cet attachement à leurs origines, n'est pas seulement d'ordre économique, produit de l'identification d'une « opportunité d'affaires », mais surtout d'ordre symbolique, autant en ce qui concerne la façon dont le jeune se perçoit lui-même, que celle dont il est perçu au sein de la société française, témoignage d'une quête de valorisation dans la différence.

UN INDISPENSABLE ELARGISSEMENT DES PERSPECTIVES

La création d'activité est indéniablement une option d'insertion et de promotion sociale pour cette partie de la population, qui, pour reprendre les propos de Philippe Labbé, « dépourvue des capitaux nécessaires pour réussir dans la vie, trouvera sa place dans une mission locale »⁷, à condition de disposer de l'appui nécessaire pour franchir d'une part les risques inhérents au processus de création et consolidation de toute entreprise, et ceux qui découlent de la fragilité sociale et culturelle de cette fraction de la jeunesse.

Nous retrouvons ainsi les perspectives plus globales définies par Cohen qui, établissant une analogie avec la séquence proposée par Alain Touraine⁸ signale que, à l'instar du début du précédent millénaire, « l'enjeu est à nouveau de fabriquer, de réinventer des institutions 'laïques', [...] qui ne soient pas préemptées par les rapports sociaux et culturels. Repenser le syndicalisme, l'Université, penser la gouvernance mondiale d'un côté et celle

des villes et des collectivités locales de l'autre [...] Pour chacune de ces institutions, la tâche est la même: construire une infrastructure sociale qui aide les personnes et les pays à vivre un destin digne de leurs attentes, leur permettant d'échapper à l'alternative d'un monde réel trop pauvre, et un virtuel trop riche »⁹. L'enjeu est donc vital : il s'agit de donner de nouvelles pistes pour améliorer les capacités de « résilience » de toute notre société en sachant retrouver la dynamique des interactions de proximité.

La synergie entre situations de formation et d'insertion par l'activité économique générée par la mise en œuvre du partenariat propre aux Groupements de Jeunes Créateurs en général, et au nôtre en particulier, est de nature à favoriser l'émergence de ce type d'innovations. Son inscription dans le développement territorial de proximité contribue à l'émergence de ladite infrastructure sociale et tend vers la construction d'un destin digne pour les jeunes en difficulté, qui deviennent ainsi une véritable richesse pour leurs territoires.

Nous sommes conscients des limites du partenariat actuel et des principales pistes de progression à mettre en œuvre. L'important après avoir contribué à rendre le jeune acteur est de pouvoir l'aider à développer son activité. H. Azoulay (2008) insiste sur la dynamique d'un modèle en **réseau** fédérant entreprises/ associations/collectivités locales pour concilier l'économique et le social. Comme dans notre projet de GJC, il s'agit selon lui de transformer les besoins en propositions concrètes, d'optimiser les ressources financières et les interfaces de communication. Les fonctionnements en réseaux à la fois flexibles, ouverts, rapides, interactifs. H. Azoulay valorise le désordre créatif et la prise de risques. La clé de voûte réside dans la dynamique des partenariats et des parrainages locaux mis en place : **l'interface de rencontre** pour communiquer est déterminant. Le respect de l'autre et la confiance sont le ciment de la dynamique interactionnelle à mettre en place. H. Azoulay privilégie ainsi le maillage des entreprises, des associations et des collectivités pour conquérir le marché de l'humain. Il insiste aussi sur l'importance du bénévolat y compris dans les entreprises de seniors nouvellement retraités.

Ces partenariats et ces interfaces de rencontre locaux peuvent correspondre à des observatoires locaux reposant sur une dynamique des savoirs au niveau local au sens de la méthode Catalyse proposée par J.-J. Girardot qui privilégie les interactions entre tous les acteurs pour créer des savoirs pour une dynamique de projets. Nous

⁶ NOWAK, Maria, Op. Cit. p. 5

⁷ LABBE, Philippe, Op. Cit. p. 3

⁸ TOURAINE, Alain, Un nouveau paradigme, in Cohen, ibidem. p. 90

⁹ COHEN, Daniel (2006), Trois leçons sur la société post-industrielle

retrouvons notre approche du territoire comme dynamique de projets avec un positionnement du chercheur relevant de la « communication engageante ». Notre approche relève aussi l'intérêt d'associer entreprises privées, collectivités territoriales, associations, acteurs individuels, bénévoles et jeunes qui veulent prendre en mains leur destin un peu comme dans de la dynamique des **partenariats public-privé**. Elle relève aussi d'une forme de **coproduction de services** entre tous les acteurs concernés, en particulier université, mission locale, boutique de gestion, avec les jeunes concernés. La dynamique de formations en **apprentissage** impliquant les entreprises peut constituer une piste d'évolution intéressante.

CONCLUSION

L'expérience de DUCA et l'approche présentées dans la présente communication correspondent à une perspective interdisciplinaire, relevant des sciences de l'information et de la communication, mais aussi des sciences de gestion et de la sociologie. Nous proposons de privilégier la notion de situation de formation comme participant à la création de compétences et savoirs pour une nouvelle dynamique territoriale.

Nous avons essayé d'ouvrir quelques pistes de réflexion autour de la rencontre de notions essentielles comme développement durable des territoires, intelligence territoriales, culture, mentalités autour du thème majeur de la formation, en particulier de jeunes en rupture avec le système scolaire dans des zones en difficulté.

Il s'agit bien d'essayer de « catalyser » les énergies pour contribuer à une nouvelle dynamique territoriale, la formation constituant un élément essentiel pour aider à élargir le capital social territorial en s'appuyant sur les projets de jeunes motivés. Il s'agit dans la perspective proposée par B. Carayon (2003) d'associer compétitivité des entreprises et cohésion sociale dans une nouvelle dynamique territoriale associant enjeux d'intelligence économique et d'intelligence territoriale. Ces approches retrouvent aussi « l'économie de la relation » proposée par Nicole D'Almeida (2001) et les « économies de la convivialité » chères à Manuel Zacklad (2009). Elles correspondent aussi à des formes d'innovation de services dans un cadre de proximité.

REFERENCES

AZOULAY (Hervé), « L'intelligence sociale. Le cas des banlieues : utiliser les réseaux pour sortir de la crise » in DUVAL (Marc-Antoine) dir., *Les nouveaux territoires de l'Intelligence Economique*, Préface de JUILLET (Alain), Paris, ACFCI – IFIE Editions, pp 119-146.

BAZIN H, "Questions fréquentes sur la recherche-action" consultable sur <http://recherche-action.fr>.

BERNARD (Françoise), COURBET (Didier) et HALIMI-FALKOWICZ (S.), « Expérimentation et communication environnementale : la communication engageante et instituante », in COURBET (Didier) dir., *Communication et Expérimentation*, Editions Hermes Lavoisier (Collection Ingénierie représentationnelle et construction de sens, Objectiver l'Humain ? Volume 2), 2010, pp. 71-113.

BERNARD (Françoise), Apports des recherches consacrées à la communication environnementale engageante pour penser les questions des « parties prenantes » et des « frontières organisationnelles », 2008, consultable sur : http://clerse.univ-lille1.fr/IMG/pdf/axe_3_bernard.pdf

BERNARD (Françoise), « Les SIC une discipline de l'ouverture et du décloisonnement », in BOUZON (Arlette) sous la dir. de, *La communication organisationnelle en débat. Champs, concepts, perspectives*, Paris, L'Harmattan, 2006, pp. 33 – 46.

BOUGNOUX (Daniel), *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Repères-La Découverte, 1998, rééd. 2001, 2006, 127 p.

BOURRET (Christian), FERRAGNE (América), PORTE (Christel), « Situations de formation et insertion par l'activité économique : l'exemple du partenariat autour du Groupement Jeunes Créateurs (GJC) du Val de Marne », *17^{ème} Colloque National de Recherche dans les IUT – CNR IUT 2011*, Cherbourg, 8-9 juin 2011, consultable sur : <http://www.unicaen.fr/colloques/cnriut2011/papers/152.pdf>

BOURRET (Christian), « Proposals for an Approach to Training Issues in Vulnerable Areas : Networks of Actors, Identities Culture and Sustainable Development », *Proceedings Rencontres Grand Ouest de l'Intelligence Territoriale*, Nantes – Rennes, 24 – 26 mars 2010.

BOURRET (Christian), « Eléments pour une approche de l'intelligence territoriale comme synergie de projets locaux pour développer une identité collective », *International Journal of Projectics*, n° 1, 2008, Editeur De Boeck, Bruxelles, pp. 79-92.

BOUTINET (Jean-Pierre), *Anthropologie du projet*, Paris, PUF, 6^e éd., 2001, 350 p.

BOUTINET (Jean Pierre), *Psychologie de conduites à projet*, PUF, 5^{ème} édition, 2011. 126 p.

CARAYON (Bernard), Rapport de la commission présidée par, *Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale*, Paris, La Documentation française, 2003, 176 pages. Disponible sur :

<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/034000484/index.shtml>

CLERC (Philippe), « L'intelligence sociale nouveau territoire de l'intelligence économique ? », in

COHEN, Daniel, *Trois leçons sur la société post-industrielle*, Seuil, 92 p.

DUVAL (Marc-Antoine) dir., *Les nouveaux territoires de l'Intelligence Economique*, Préface de JUILLET (Alain), Paris, ACFCI – IFIE Editions, 2010, pp 101 - 118.

D'ALMEIDA (Nicole), *Les promesses de la communication*, Paris, PUF, 2001, rééd., 2007, 264 p.

GIRARDOT (Jean-Jacques), « Concepts, principes et outils de la méthode Catalyse », *Actes du colloque du Réseau Européen d'Intelligence Territoriale (REIF)*, Liège, octobre 2005, p. 133-137, consultable sur : mti.univ-fcomte.fr/reit/REITDoc/docs/GirardotLiege2005.pdf –

GIRARDOT (Jean-Jacques), conférence ENTI, Salerno, 2009

GUYOT (Brigitte), *Dynamiques informationnelles dans les organisations*, Paris, Hermes Science Publications – Lavoisier, 2006, 236 p.

Institut Montaigne, *Pauvreté, exclusion : ce que l'entreprise peut faire*, Paris, 2006, 119 p.

LABBE, Philippe, "Jeunes; travail, entreprises, communication présenté lors de la réunion du réseau ML 94, mai 2011.

LEFEBVRE (Gérard), *Reconstruction identitaire et insertion*, 2005, Paris, L'Harmattan.

L'insertion au service de l'emploi, Alternatives Economiques, Hors-série Pratique, n° 30, septembre 2007.

MANNONI (Pierre), *Les représentations sociales*, 2006, Paris, PUF.

MUCCHIELLI (Alex), *Situation et communication*, Les éditions Ovadia, Nice, 2010, 170 p.

NOVAK Maria, "50 000 personnes en difficulté créent leur entreprise", Communication primée lors du Grand Prix de la Réflexion pertinente et impertinente, 2007 –communication devant être publiée en mars 2008 dans un numéro spécial de Population et Avenir.

PADRUN, Ruth (sous la direction de), *Vivre et entreprendre en France. Les créateurs d'entreprises d'origine immigrée. Situations et attentes*, IRFED CRID, Paris, juin 1990, 185 p.

PAUGAM (Serge), *Le lien social*, Paris, PUF, 2^{ème} éd., 2010, 127 p.

PAUGAM (Serge) dir., *L'exclusion. L'état des savoirs*, Paris, Ed. La Découverte, 1996, 583 p.

PAUTRAT (Rémy) et DELBECQUE (Eric), « L'intelligence territoriale : la rencontre synergétique public / privé au service du développement économique », in FRANÇOIS (Ludovic) coord., *Intelligence territoriale, l'intelligence économique appliquée au territoire*, Paris, Tec & Doc – Lavoisier, décembre 2008, pp. 11 - 21.

PETITCLERC (Jean-Marie), *Reprendre souffle pour re-susciter*, Horizons Salésiens, 11, Ed. Don Bosco, 1998, 51 p.

ZACKLAD (Manuel), « Les économies de la convivialité dans les sociétés de l'information et des services », Leçon inaugurale, Paris, CNAM, 17 juin 2009.

ZARIFIAN (Philippe), *Le modèle de la compétence*, 2001, Paris, Editions Liaisons, 114 p.

Site consulté

Association Nationale Groupement de Créateurs : <http://www.groupement-de-createurs.fr/>